Erfolgreiche Generalprobe für den Berufsstart

Angehende Logistiker geben der Firma Blanco strategische Einkaufstipps

von Ellen Ludwig und Reinhard Schottmüller

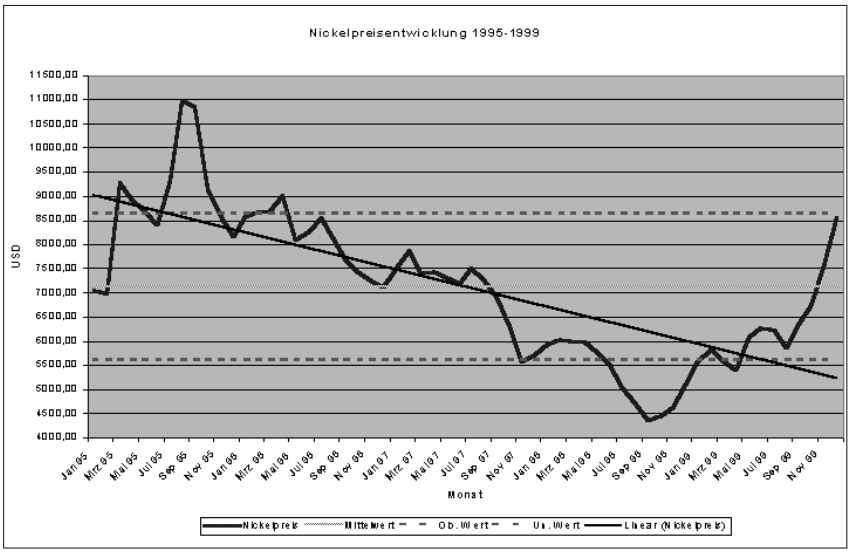

Abbildung 1: Nickelpreisentwicklung

Die Logistikbranche haben die Gebrüder Gottschalk in der offensiven Werbekampagne der POST AG der Bevölkerung näher gebracht, obwohl Logistik mehr ist als Pakete zuverlässig von A nach B zu transportieren. Die Logistikbranche gilt als der Zukunftsmarkt schlechthin. Dieser Markt benötigt qualifizierte und kompetente Führungskräfte, die unter anderem an der Hochschule Pforzheim ausgebildet werden. In einem praxisnahen Studienkonzept erfahren die Studenten bereits sehr früh, wie der Berufsalltag eines Logistikers aussehen kann.

Im Zuge ihres Betriebswirtschafts-Studiums mit den Schwerpunkten Beschaffung und Logistik haben fünf Studierende ein Praxisprojekt bei dem weltweit bekannten Unternehmen Blanco in Oberderdingen durchgeführt. Das Unternehmen ist im Bereich Haushaltstechnik, Gemeinschaftsverpflegung und Medizintechnik tätig.

Die Projektaufgabe bestand darin, eine gebrauchsfähige Entscheidungshilfe, neudeutsch ein „Beschaffungsmarktforschungs-Tool“, für den optimalen Einkauf von Edelstahl zu entwickeln. Hierfür mussten zunächst die wichtigsten Faktoren, die den Edelstahlpreis beeinflussen, ermittelt werden. Diese sind in erster Linie der Dollarkurs, aber auch Preise für Rohstoffe wie Nickel und Chrom sowie die Schrottpreise und die Angebots- und Nachfrageentwicklungen auf diesen Märkten. Im zweiten Schritt wurde versucht, mögliche historische Auslöser für Preis- oder Kursänderungen bei diesen Einflussfaktoren festzustellen; diese Informationen wurden in einer Excel-Datenbank hinterlegt. Jedes Ereignis, wie zum Beispiel eine Wahl in wirtschaftlich bedeutenden Staaten gibt nunmehr Auskunft über seinen Einfluss auf die Preisveränderung des jeweiligen Faktors.

Ein weiterer Teil der Projektaufgabe bestand darin, dem Unternehmen ersichtlich zu machen, welche Edelstahlmengen durch langfristigere Preisbindungsverträge gesichert werden sollten, um ein größeres Einkaufsrisiko hinsichtlich der schwankenden Preis-Einflussfaktoren zu vermeiden. Der Edelstahlpreis unterliegt ständig schwankenden Dollar- und Nickelkursen. Dies bringt natürlich ein Risiko beim Einkauf mit sich. Ziel des strategischen Einkaufs sollte schließlich der Kauf bei einem möglichst geringen Preis sein. Mit mathematischen Berechnungen wurden Preis-Korridore mit jeweiligen Ober- und Untergrenzen grafisch ermittelt. Mit Hilfe dieser Korridore kann das Unternehmen feststellen, ob sich der aktuelle Edelstahlpreis innerhalb oder außerhalb des sicheren Preis-Bereichs befindet und dementsprechend einkaufen. So wäre es beispielsweise ratsam, bei einem hohen Dollarkurs mit fallender Tendenz eher eine geringere Edelstahlmenge einzukaufen und den weiteren Kurs-Verlauf abzuwarten.

Abbildung 2: SET-Auswahlmenü

Mit „SET“ (Strategisches Einkaufs-Tool) steht dem Unternehmen Blanco zukünftig eine anwenderfreundliche Datenbanklösung zur Verfügung, mit deren Hilfe es möglich ist, dem verantwortlichen Einkäufer bei geringem Arbeitsaufwand eine Entscheidungshilfe für den strategischen Einkauf an die Hand zu geben. Wichtige Einkaufsentscheidungen können nun mit historischen Daten und den daraus resultierenden Preisentwicklungen abgeglichen, Analogien zu aktuellen Trends und Ereignissen festgestellt und auf die heutige Situation übertragen werden.

Die Projektarbeit stellte eine wichtige, praxisnahe Erfahrung für die angehenden Betriebswirte dar. Neben Teamarbeit und Unternehmenskommunikation konnten die Studenten vor allem ihr erlerntes Wissen aktiv anwenden. Die Generalprobe ist bestanden, die angehenden Logistiker werden nun bald ins Berufsleben „entlassen“.

Die Autoren
Ellen Ludwig ist Absolventin des Studiengangs Beschaffung und Logistik und war im Wintersemester Sprecherin der studentischen Projektgruppe bei Blanco. Reinhard Schottmüller ist Professor im Studiengang Beschaffung und Logistik.

Claudia Stäbler: Besteck
Die Arbeit der Studentin des Studiengangs Schmuck und Gerät entstand im Austauschsemester in Halifax im Nova Scotia College of Art and Design

Foto: Harald Koch